

Hoofdstuk 4

Analyse Huidige Situatie (IST)

4.1 Inleiding en Context

Dit hoofdstuk vormt het analytische hart van het strategisch adviesrapport. Om een koers voor de toekomst te kunnen bepalen, is het noodzakelijk om eerst een helder en objectief beeld te schetsen van de huidige situatie (IST) van Jacotech. De organisatie bevindt zich momenteel in een transitiefase. Waar het bedrijf in het verleden kon vertrouwen op een stabiele, regionale marktpositie gebaseerd op relaties, zien we nu dat marktverschuivingen de bestaande bedrijfsformule beïnvloeden.

De markt voor technische installaties en waterbeheer professionaliseert. Klanten stellen specifiekere eisen, wetgeving wordt complexer en het concurrentieveld verbreedt zich met gespecialiseerde landelijke spelers en digitale aanbieders. In deze dynamiek is technische kwaliteit een randvoorwaarde, maar geen garantie voor automatische continuïteit.

In deze analyse onderzoeken we de interne competenties: waar liggen de kernkwaliteiten van Jacotech? En we leggen deze naast de externe realiteit: waar ligt de marktvraag? De centrale observatie in dit hoofdstuk is dat er een verschil bestaat tussen de technische volwassenheid van de organisatie en de commerciële positionering.

Het doel van deze IST-analyse is om de fundamenten bloot te leggen waarop de toekomstige strategie gebouwd kan worden. We identificeren aandachtspunten in het commerciële proces, de potentie in het klantenbestand en de strategische factoren die van invloed zijn op de langetermijncontinuïteit.

4.2 Methodiek

Deze analyse is tot stand gekomen door een combinatie van interne interviews, analyse van orderdata en een externe marktverkenning. We maken gebruik van strategische modellen zoals de SWOT-analyse, de Confrontatiematrix en het Vijfkrachtenmodel van Porter. Deze modellen dienen als raamwerk om de situatie te structureren en tot inzichten te komen.

In de volgende pagina's zal blijken dat Jacotech beschikt over een sterke technische kern, maar dat de commerciële structuur nog ruimte biedt voor modernisering om beter aan te sluiten bij de huidige marktvraag.

4.3 Interne & Externe Analyse (SWOT & Confrontatie)

Om de strategische positie in kaart te brengen, analyseren we de interne krachten en externe invloeden. Vervolgens verbinden we deze met elkaar om de strategische fit te beoordelen.

STERKTES (INTERN)

- **Technical Integrator:** Combinatie van water, staal & pomptechniek.
- **Pragmatisme:** Oplossingsgerichte mentaliteit.
- **Reputatie:** Sterke lokale bekendheid en betrouwbaarheid.
- **Flexibiliteit:** Snel schakelen en maatwerk leveren.

KANSEN (EXTERN)

- **Verduurzaming:** Vraag naar waterzuivering/hergebruik neemt toe.
- **Industriële Groei:** Maakindustrie zoekt procespartners.
- **Digitalisering:** Online oriëntatie biedt kansen voor nieuwe leads.
- **Niche:** Vraag naar complexe speciaalbouw.

ZWAKTES (INTERN)

- **Reactief:** Beperkte proactieve salesactiviteiten.
- **Diffuus Profiel:** Brede positionering maakt specialisme minder zichtbaar.
- **Zichtbaarheid:** Beperkte online aanwezigheid.
- **Kennisborging:** Kennis is veelal persoonsgebonden.

BEDREIGINGEN (EXTERN)

- **Prijsdruk:** Concurrentie op standaardwerk neemt toe.
- **Professionalisering:** Eisen rondom certificering/compliance stijgen.
- **Vergrijzing:** Verloop in traditioneel klantenbestand.
- **Toetreders:** ZZP'ers concurreren op uurtarief.

↓ Van Analyse naar Confrontatie: De Strategische Fit

De bovenstaande factoren staan in relatie tot elkaar. In de confrontatiematrix verbinden we ze om te zien hoe Jacotech gepositioneerd is voor de toekomst.

| | KANSEN (O) | BEDREIGINGEN (T) |
|--------------|--|---|
| STERKTES (S) | Aanvallen (SO): De technische kennis (S) sluit aan bij de industriële vraag (O). <i>Status:</i> Potentieel voor groei door actievere marktbenadering. | Verdedigen (ST): Kwaliteit (S) onderscheidt Jacotech van prijsvechters (T). <i>Status:</i> Marges staan onder invloed van marktdruk. |
| ZWAKTES (W) | Verbeteren (WO): Beperkte zichtbaarheid (W) remt toegang tot nieuwe markten (O). <i>Status:</i> Belangrijk verbeterpunt voor groei. | Monitoren (WT): Diffuus profiel (W) in een veeleisende markt (T). <i>Status:</i> Aandachtspunt voor langetermijncontinuïteit. |

Kernobservatie Matrix: Middenpositie

Jacotech bevindt zich in een middenpositie. Aan de ene kant (ST) is er concurrentie in de bestaande markt. Aan de andere kant (SO) ligt er potentieel in hoogwaardige industriële projecten, maar de toegang tot deze markt vraagt om een commerciële impuls. De strategische beweging is gericht van ST (Verdedigen) naar SO (Aanvallen).

4.4 Klantanalyse

Een strategie dient aan te sluiten bij de klantbehoefte. Wie bedient Jacotech vandaag, en waar liggen de kansen voor morgen? De analyse toont een onderscheid tussen de historische basis en potentiële groeisegmenten. De markt verschuift van een vraag naar capaciteit naar een vraag naar proceszekerheid.

4.4.1 De Huidige Basis: Regionaal & Relatiegericht

Het huidige klantenbestand is organisch gegroeid. Het bestaat uit een diverse groep van particulieren, agrariërs en MKB-bedrijven uit de regio. De relatie is veelal gebaseerd op historisch vertrouwen en persoonlijk contact.

Aandachtspunten Huidige Basis:

Deze basis zorgt voor een stabiele omzetstroom. Echter, er zijn aandachtspunten. De loyaliteit is vaak persoonsgebonden, wat kwetsbaarheid creëert bij personeelwisselingen aan kantzijde. Daarnaast zijn er in dit segment vaak historisch gegroeide prijsafspraken die de marge-ontwikkeling kunnen beperken.

4.4.2 De Toekomst: 3 Strategische Profielen

Om de positie te versterken, kan Jacotech zich richten op segmenten waar de toegevoegde waarde van de "Technical Integrator" optimaal wordt benut. We identificeren drie profielen.

1. De Industriële Manager (Procesindustrie)

Werkt bij productiebedrijven. Zijn prioriteit is **procescontinuïteit**. Hij moet voldoen aan milieu-eisen en normeringen.

Behoeft: Zoekt een partner die het volledige traject kan verzorgen.

Aandachtspunt: Zoekt online naar termen als "procesoptimalisatie", terwijl Jacotech zich profileert met techniek. De terminologie verschilt.

2. De Agrarische Innovator (Agro-Tech)

De moderne ondernemer die investeert in technologie zoals mestscheiding en biogas. Zoekt een technologiepartner die meedenkt in rendement.

Behoeft: Hoogwaardige engineering en betrouwbare installatie.

Aandachtspunt: Ziet Jacotech soms nog als partij voor onderhoud, en minder als engineeringpartner.

3. De Projectleider Bouw (Utiliteit)

Werkt met strakke plannings en zoekt gecertificeerd staal- en leidingwerk. Wil één aanspreekpunt om faalkosten te reduceren.

Behoeft: Betrouwbaarheid en certificering.

Aandachtspunt: Is zich niet altijd bewust van de breedte van het portfolio (staal én water).

Conclusie: De organisatie is goed ingericht op de bestaande relaties. Voor de nieuwe doelgroepen is een aanpassing in communicatie en uitstraling wenselijk om beter aan te sluiten bij hun professionele verwachtingen.

4.5 Analyse Customer Journey

Het inkoopproces in de B2B-sector verandert. Een groot deel van de oriëntatie vindt online plaats voordat er contact wordt opgenomen. Potentiële klanten vergelijken oplossingen en maken een voorselectie.

Hieronder analyseren we de reis van de potentiële industriële klant en de zichtbaarheid van Jacotech in dit proces.

1

AWARENESS (BEWUSTWORDING)

Klant identificeert een behoefte of probleem.

Status: Aandacht vereist

De online zichtbaarheid op specifieke klantproblemen is beperkt. Er is weinig content beschikbaar die ingaat op actuele thema's, waardoor Jacotech in deze vroege fase minder snel in beeld komt bij nieuwe partijen.

2

CONSIDERATION (OVERWEGING)

Klant vergelijkt aanbieders.

Status: Voor verbetering vatbaar

De website toont voornamelijk producten. Voor complexe vraagstukken zoekt de klant naar bewijs van expertise en projectervaring. De huidige presentatie kan de diepte van de aanwezige kennis nog beter benadrukken.

3

DECISION (BESLISSING)

Contact en offerte.

Status: STERK

In persoonlijk contact is Jacotech sterk. De technische kennis wekt vertrouwen. De conversie is hier goed, wat de kwaliteit van het verkoopgesprek bevestigt.

4

DELIVERY (LEVERING)

Uitvoering.

Status: ZEER STERK

Dit is een kernkwaliteit. Flexibiliteit, oplossingsgerichtheid en kwaliteit van uitvoering worden door klanten hoog gewaardeerd.

5

LOYALTY (LOYALITEIT)

Relatiebeheer.

Status: Potentieel

Het relatiebeheer is veelal reactief. Door actiever accountmanagement kan de klantwaarde bij bestaande relaties mogelijk worden verhoogd.

Analyse van de Conversie:

De analyse toont aan dat de uitvoerende kant (Delivery) zeer sterk is, maar dat de instroom (Awareness) optimalisatie behoeft. Doordat de organisatie minder zichtbaar is in de oriëntatiefase, is de instroom van nieuwe leads afhankelijk van het bestaande netwerk. Dit maakt de acquisitie minder voorspelbaar.

4.6 Concurrentieanalyse (Porter)

Jacotech opereert in een competitieve markt. Om de krachten die op de organisatie inwerken te begrijpen, gebruiken we het Vijfkrachtenmodel. Dit model geeft inzicht in de marktdynamiek.

Marktdynamiek: Er is een trend zichtbaar van specialisatie. Aan de ene kant zijn er aanbieders voor standaardwerk, aan de andere kant specialisten voor complexe projecten.

1. Macht van Afnemers (HOOG)

Klanten zijn goed geïnformeerd. Ze maken onderscheid tussen inkoop van componenten en inkoop van expertise. Dit heeft invloed op de handelsmarges.

2. Dreiging Toetreders (MATIG)

Voor complex werk is de drempel hoog. Voor standaard installatiewerk is er concurrentie van flexibele schillen en ZZP'ers met lagere overheadkosten.

3. Macht van Leveranciers (HOOG)

Als gespecialiseerde speler is de inkoopmacht ten opzichte van grote leveranciers beperkter dan die van grote installatieconcerns.

4. Substituten (LAAG)

Watertechniek en staalbouw blijven fysiek noodzakelijk. De basisvraag is stabiel en niet gevoelig voor digitalisering van het product zelf.

5. Interne Rivaliteit (TOENEMEND)

Concurrentie vindt steeds meer plaats op basis van vindbaarheid en specialisatie, naast de traditionele gunfactor.

Marktpositie:

Jacotech ervaart druk vanuit verschillende kanten. Leveranciers en kritische afnemers beïnvloeden de marge. Het onderscheidend vermogen ligt in het toevoegen van expertise en ontzorging, waardoor de prijsfactor minder dominant wordt.

4.6.2 Concurrentiematrix (Uitgebreid)

Onderstaande matrix toont de positionering van Jacotech ten opzichte van de drie belangrijkste concurrentiegroepen in de markt.

| CONCURRENT TYPE | WAARDEPROPOSITIE | PRIJSNIVEAU | RELATIE TOT JACOTECH |
|--|--|--------------|--|
| 1. Lokale Specialisten (bv. Kotech, ZZP) | Operational Excellence. Focus op efficiëntie binnen één domein. | Laag | Concurreren voornamelijk op prijs bij standaardwerkzaamheden. |
| 2. Industriële Spelers (bv. Nijhuis, ASK) | Product Leadership. Focus op R&D, certificering en grote tenders. | Hoog | Zijn dominant in grootschalige projecten waar specifieke certificeringen vereist zijn. |
| 3. Online Spelers (bv. Engeldot) | Digital Convenience. Breed assortiment en snelle logistiek. | Concurrerend | Nemen een deel van de handelsfunctie over (verkoop losse componenten). |
| JACOTECH (Huidig) | Customer Intimacy. Flexibel, technisch sterk en oplossingsgericht. | Midden | Positie: Sterk in maatwerk, uitdaging ligt in profilering naar nieuwe markten. |

Concurrentieprofielen in Detail

De Lokale Specialist: Dit zijn vaak kleinere partijen in de regio die zich toeleggen op een specifieke niche. Door lage overhead kunnen zij scherp aanbieden op overzichtelijke klussen.

De Industriële Speler: Dit zijn grotere partijen die opereren in het topsegment. Zij onderscheiden zich door formele borging van kwaliteit (ISO, VCA**) en schaalgrootte.

4.7 Conclusie Huidige Situatie

De analyse van de IST-situatie leidt tot de conclusie dat Jacotech zich op een **strategisch belangrijk moment** bevindt.

De organisatie beschikt over een sterke basis: diepgaande technische kennis en een loyaal team. De potentie om een rol van betekenis te spelen in de industriële water- en constructiemarkt is aanwezig. Tegelijkertijd zien we dat de marktvraag verandert en professionaliseert.

Er is een verschil waarneembaar tussen de interne capaciteiten en de externe positionering. De technische competenties zijn van hoog niveau, terwijl de marktbenadering nog overwegend lokaal en reactief is georganiseerd. Hierdoor wordt de volledige toegevoegde waarde nog niet optimaal benut in de markt.

Vooruitblik: Om de continuïteit en groei te waarborgen, is het wenselijk dat de commerciële organisatie zich verder ontwikkelt in lijn met de technische kwaliteit. De stap van een reactieve benadering naar een meer proactieve profilering biedt kansen om de positie in de markt te verstevigen en nieuwe klantgroepen aan te boren.